



多起互联网投诉因为软件引起

# 明明是免费体验最后却被“不明扣费”

360发布了《3·15中国网民互联网消费投诉研究报告》(以下简称报告)。报告显示,消费者账户被“不明扣费”的投诉量最多,在总投诉中占比高达34.2%。

## “因软件引起的扣费” 高居投诉榜首

报告中显示,从消费投诉类型来看,“不明扣费”的投诉量最多,在总投诉中占比高达34.2%。什么是不明扣费呢?报告指出主要是指消费者在不知情、未确认,或消费者完全不明何种原因的情况下遭遇了账户被扣费的情况。

值得注意的是,在不明扣费的原因中,“因软件引起的扣费”高居榜首,占比达到44.1%,其次是“完全未知的扣费”占比达到24.3%,增值业务订购达到19.8%,游戏达到11.8%。报告显示,在360猎网平台接到的“不明扣费”消费投诉中,消费者通常是在未知晓软件收费的情况下,受了“免费下载”“试用七天”的诱惑,下载了软件之后被提示扣费。

关于扣费方式,报告显示“不明扣费”中最主要的扣费方式为手机话费,占比81.3%,第三方支付占比达到12.6%,网上银行占比5.4%。而“不明扣费”在00后中情况最严重,占比72.8%。报告分析,这可能与00后群体网龄较短,安全消费意识相对淡薄,警惕性低有一定关系。

此外,“描述与商品不符”是仅次于“不明扣费”的第二大投诉类型。这类投诉在90后、80后、70后、60后+中占比均较高,其中尤以60后+最多。360猎网平台相关投诉显示,因为互联网消费的特殊性(消费者看不到实物,无法亲身体验),消费者购买产品时多以商家的产品图、宣传图作为参考,若商家夸大宣传或描述不准确,就较容易与消费者产生“描述与商品不符”的纠纷。

## 男性人均投诉远超女性 “手机数码”投诉占比最高

报告显示,在2018年的网络消费投诉中,男性用户占7成,女性用户仅占3成。而在人均投诉金额方面,男性为9157元,女性为6170元,男性人均投诉金额约为女性的1.5倍。由此可见,男性已成为投诉量与人均投诉金额的“两高人群”。

报告还揭示了男性女性投诉的具体商品。在消费投诉类型的性别分布中,除了服装鞋帽类男女比例各占一半,其余类型均以男性为主要投诉者。其中,在手机数码这一投诉商品类型中,男性占比最高,超8成。此外,男性在资费代扣、酒

水食品、游戏、虚拟商品等投诉中占比也较高。而女性则在服装鞋帽产品投诉中占比最多,这与男性、女性日常的网购习惯密切相关。

报告最后,360安全大脑发布了互联网消费提示,提醒消费者在进行网购等消费时,不仅要仔细甄别买家评价中的商品与商家宣传的差别理性消费,同时也要从多个渠道详细了解商品相关知识,对虚假宣传、三无商品等要谨慎对待,切勿轻信商家的宣传以免上当。在收到网购商品时应当场查验,确认无误后再签收。

## 案例

### 免费试用三天 结果被自动扣除年费 253 元

日前,一位家住北京四环的刘先生向记者投诉,自己在苹果手机的APPStore里下载的视频软件,在毫不知情的情况下,系统自动扣除了253元的年费。晚间8点左右,经过刘先生与苹果(APPLE)官方客服沟通,苹果(APPLE)官方客服承诺向刘先生退费。

据刘先生介绍,今年2月,其在使用某短视频软件时发现一款名为“Unlimited access”的视频软件,可以制作不同的视频特效,于是便在APPStore中下载了这款软件。“下载前,该软件标明了可以免费试用三天。”刘先生认为在免费试用期过了之后,如果扣费,系统应予以二次提示确认。

然而事情已过去一个月,就在昨天,他打开了自己与APPStore绑定的邮箱后看到,邮箱中“躺着”一封这款软件的订阅确认邮件和一封已经扣费的收据邮件。记者注意到,刘先生在2019年2月17日20时29分收到来自苹果的订阅确认邮件,邮件中提示,免费试用期结束

后,要扣费253元。刘先生认为,苹果对于续费固然进行了告知,但毕竟是在免费试用期内,如果真正发生续费时,作为负责任的商家,应该再次提示消费者。

同时刘先生还向记者透露,除了这款软件之外,自己还发现自己在APPStore中下载的一个翻译软件,也同样是在自己完全不知情的情况下已经自动扣费数月。“之前也是声称可以免费试用,我也没有续订,但还是扣费了,资费为每月35元。”记者在刘先生提供的截图中发现,这款软件已向刘先生扣款3次。

记者随后致电苹果(APPLE)官方客服,接线的客服人员表示“订阅软件,在免费试用期限没有过的时候,可以在手机‘设置’中取消订阅,如果没有进行取消,后续就会自动产生扣费。”随后,客服在确认情况后承诺向刘先生退费。

记者在多个网络平台中也发现,“未经本人同意部分软件系统自动扣费”的情况并不少见,不少网友都曾吐槽过类似经历。

## 专家

### 免费期结束前 应有效告知消费者



“免费试用”“7天全免费”……一些手机付费应用打着“免费”的旗号把消费者领进门,结果免费期、低价期一过,一旦消费者没有及时取消,免费期中默认的“自动扣费”勾选,就会把消费者“强制”加入到会员充值的大军之中,消费者本来的自由选择变成了“被动扣费”。

针对目前一些手机应用出现的“免费试用却不免费”的现状,中国法学会中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江呼吁,还给消费者一个“干净”的消费体验。

陈音江表示,目前手机应用付费市场火爆,为了留住客户,免费、低价成了不少应用吸睛的手段,他们通过这种“诱导”将客户请进来,“免费期”过后,却不再通知消费,而是自动扣款,让消费者“被动消费”,这种方式已经变相侵犯了消费者的知情权和自主选择权。

消费者在使用“免费期”的应用软件时,自主选择的是“免费期”,而不是付费使用期,也就是说,免费期与付费使用期应该是两个合同,二者不能等同或混用。设置“免费期”的应用软件应该在免费期结束前,对消费者进行有效告知,由消费者自己决定是否需要充值,而不是通过设置时默认勾选“自动扣费”的方式变相“强制”消费者付款。

“软件设置免费期就是要给消费者提供一个良好的消费体验,可现在这种方式让消费者心生厌恶,请还消费者一个‘干净’消费体验。”陈音江说。(王薇 武文娟)